

**PENGARUH PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN STRATEGI
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI OPTIK CITRA
KEBUN BUNGA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

MUTIARA SARI

NPM.1901110289

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2025

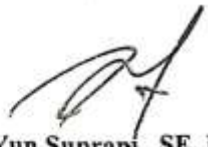
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUTIARA SARI
Nomor Pokok/NPM : 1901110289
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN , VARIASI PRODUK ,
DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI OPTIK CITRA
KEBUN BUNGA PALEMBANG

Pembimbing Skripsi


Tanggal 18-01-2025 Pembimbing I : 
Lusia Nargis, SE.M.Si
NIDN: 0222036101

Tanggal 18-01-2025 Pembimbing II : 
Yun Suprani, SE. M.Si
NIDN. 0207066701


Mengetahui

Dekan




Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi


Marivam Zanariah, SE, MM
NIDN: 0222096301

010 /PS/DFEB/ 25


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUTIARA SARI
Nomor Pokok/NPM : 1901110289
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN , VARIASI PRODUK ,
DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI OPTIK CITRA KEBUN BUNGA
PALEMBANG

Penguji Skripsi

Tanggal 18-01-2025 Ketua Penguji : 
Lusia Nargis, SE.M.Si
NIDN. 0222036101


Tanggal 18-01-2025 Penguji I : 
Yun Suprati, SE.M.Si
NIDN. 0207066701

Tanggal 18-01-2025 Penguji II : 
Sunarti, SE.MM
NIDN: 02200086501

Mengesahkan

Dekan




Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN: 0205026401

010 /PS/DFEB/ 25

Ketua Program Studi


Mariyam Zanariah, SE.MM
NIDN:0222096301

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Sari

Nomor Pokok/NIRM : 1901110289

Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata-1

Mata Kuliah : Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI OPTIK CITRA KEBUN BUNGA PALEMBANG

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 22 Maret 2024

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'MUTIARA SARI' and '1901110289'.

Mutiara Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teoritis	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa	7
2.1.2 Kualitas Pelayanan	9
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	9

2.1.2.2 Lima Perspektif Kualitas Pelayanan	10
2.1.2.3 Model Kualitas Jasa	12
2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.1.3 Varisi Produk	15
2.1.3.1 Pengertian Produk	15
2.1.3.2 Pengertian Variasi Produk	16
2.1.3.3 Indikator Variasi Produk	18
2.1.4 Promosi	19
2.1.4.1 Pengertian Strategi Promosi	19
2.1.4.2 Jenis-jenis Promosi	21
2.1.4.3 Tujuan Promosi	22
2.1.4.4 Indikator Strategi Promosi	23
2.1.5 Kepuasan Konsumen	26
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	26
2.1.5.2 Tipe-tipe Kepuasan Konsumen	28
2.1.5.3 Pengukuran Konsumen	30
2.1.5.4 Indikator Kepuasan Konsumen	34
2.2 Penelitian Yang Relevan	34
2.3 Kerangka Berpikir	38
2.4 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.1.1 Tempat Penelitian	41
3.1.2 Waktu Penelitian	41
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	41

3.2.1 Sumber Pengumpulan Data	41
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3 Populasi, Sampel, dan Sampling	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.3.3 Sampling	44
3.4 Rancangan Penelitian	45
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	46
3.5.1 Variabel	46
3.5.2 Definisi Operasional	47
3.6 Instrumen Penelitian	49
3.6.1 Uji Instrumen	49
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.7.1 Uji Normalitas	51
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	52
3.7.2.1 Uji Autokorelasi	52
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	53
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas	53
3.7.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	53
3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi (r)	54
3.7.3.1 Analisis Koefisien Determinan (R^2)	55
3.7.3.2 Uji Hipotesis	55
3.7.3.3 Uji Simultan (Uji F)	56
3.7.3.4 Uji Parsial (Uji t)	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Umum Optik Citra Kebun Bunga	59
4.1.2 Visi Dan Misi Optik Citra Kebun Bunga	59
4.1.2.1 Visi Optik Citra Kebun Bunga	59
4.1.2.2 Misi Optik Citra Kebun Bunga	59
4.1.3 Karakteristik Responden	60
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian	61
4.1.5 Uji Instrumen	61
4.1.5.1 Uji Validitas	61
4.1.5.2 Uji Reliability	64
4.1.6 Uji Deskriptif	65
4.1.7 Uji Normalitas	66
4.1.8 Uji Asumsi Klasik	68
4.1.8.1 Uji Autokorelasi	68
4.1.8.2 Uji Multikolinearitas	69
4.1.8.3 Uji Heterokedasitas	71
4.1.8.4 Regrasi Linear Berganda	72
4.1.9.1 Analisis Koefisien Korelasi	73
4.1.9.2 Uji Koefisien Determinan	76
4.1.9.3 Uji Hipotesis	77
4.1.9.3.1 Uji Simultan (Uji F)	77
4.1.9.3.2 Uji Parsial (Uji T)	78
4.2 Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh Pelayanan Secara Parsial	

Terhadap Kepuasan Konsumen	79
4.2.2 Pengaruh Variasi Produk Secara Parsial	
Terhadap Kepuasan Konsumen	80
4.2.3 Pengaruh Strategi Promosi Secara Parsial	
Terhadap Kepuasan Konsumen	80
4.2.4 Pengaruh Pelayanan, Variasi Produk Dan	
Strategi Promosi Secara Simultan Terhadap	
Kepuasan Konsumen	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 kesimpulan	84
5.2 saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

ABSTRAK

MUTIARA SARI. Pengaruh Pelayanan, Variasi Produk, Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Optik Citra Kebun Bunga Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis SE.,M.Si dan Ibu Yunsuprani SE.,M.Si)

Pada dasarnya, skripsi ini membahas Pengaruh Pelayanan, Variasi Produk, Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Optik Citra Kebun Bunga Palembang. Populasi yang digunakan 80 orang/konsumen. Metode yang digunakan berupa kuesioner. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis berupa uji simultan dengan taraf signifikan $\alpha=5\%$ dan uji parsial dengan taraf signifikan $\alpha=5\%$. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS Versi 28.

Hasil dari uji simultan (uji F) penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa tingkat signifikan $0,000 > 0,05$ serta Fhitung lebih kecil dari Ftabel yaitu $27,451 > 2,72$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Pelayanan, Variasi Produk, Dan Strategi Promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa tingkat signifikan $0,001 < 0,005$ pelayanan berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen, sedangkan variasi produk menunjukkan bahwa tingkat signifikan sebesar $0,507 > 0,05$ variasi produk tidak berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, sedangkan Strategi promosi menunjukkan bahwa tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ variasi produk tidak berpengaruh positif pada kepuasan konsumen. Agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen seperti Keputusan pembelian, harga, fasilitas dan sebagainya.

Kata Kunci : Pelayanan, Variasi Produk, strategi Promosi, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

MUTIARA SARI. *The Influence of Service, Product Variations, and Promotional Strategies on Consumer Satisfaction at Optik Citra Kebun Bunga Palembang. (Under the guidance of Mrs. Lusia Nargis SE., M.Si and Mrs. Yunsuprani SE., M.Si)*

Basically, this thesis discusses the influence of service, product variations and promotional strategies on consumer satisfaction at Optik Citra Kebun Bunga Palembang. The population used was 80 people/consumers. The method used is a questionnaire. The analytical technique used to test the hypothesis is a simultaneous test with a significance level of $\alpha=5\%$ and a partial test with a significance level of $\alpha=5\%$. Data processing uses the SPSS Version 28 application.

The results of the simultaneous test (F test) of this research show that the significant level is $0.000 > 0.05$ and Fcount is smaller than Ftable, namely $27.451 > 2.72$, so H_0 is accepted and H_a is rejected, thus it can be concluded that Service, Product Variation, and Promotion strategies have a simultaneous effect on consumer satisfaction. The results of the partial test (t test) show that the significant level of $0.001 < 0.005$ service has a positive effect on consumer satisfaction, while the product variation shows that the significant level of $0.507 > 0.05$ product variation does not have a positive effect on consumer satisfaction, while the promotion strategy shows that the level of service has a positive effect on consumer satisfaction. significant at $0.000 < 0.05$ product variations do not have a positive effect on consumer satisfaction. So that future researchers can add independent variables such as purchasing decisions, price, facilities and so on.

Keywords: Service, Product Variations, Promotional Strategy, and Consumer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang pesat saat ini banyak bermunculan barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk yang ditawarkan. Ini membuat pelanggan mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi bagi produsen, ini merupakan satu ancaman karena ketika semakin banyaknya barang dan jasa yang ditawarkan pada pelanggan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Baru Suatu perusahaan dapat mengutamakan pelayanan yang baik untuk dapat bersaing di dalam dunia bisnis. Fandy Tjiptono (2017:4) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:180) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan Konsumen

Untuk dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan Konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Suatu perusahaan juga perlu melakukan pendekatan kepada konsumen untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dengan begitu konsumen akan mendapat kepuasan tersendiri

dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi konsumen tetap.

kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk (Kotler dan Armstrong 2006). Kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas produk akan mempengaruhi minat beli bagi para konsumen yang sedang membutuhkan suatu produk yang diinginkan. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memberikan kualitas produk yang bagus, pelayanan yang baik untuk dapat mempertahankan konsumen serta harga yang terjangkau. Dalam riset Irianti dkk (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

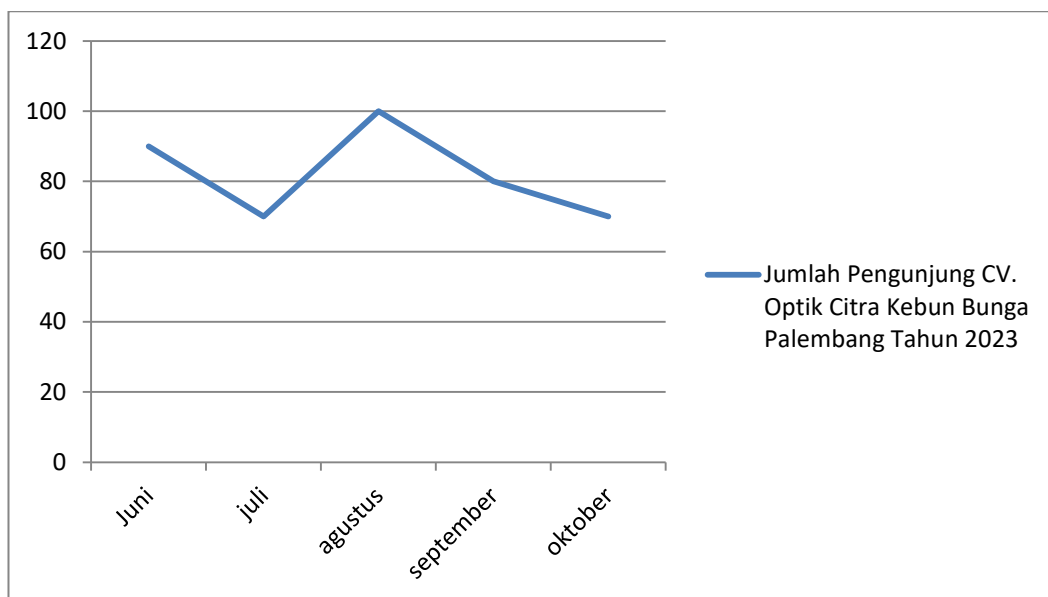
Faktor ke tiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal produk menjadi mengenalnya sehingga menjadi pembeli tetap mengingat (Laksana 2019:129). Promosi adalah alat atau aktivitas yang digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan nilai konsumen (Ridwansyah 2017: 52).

Untuk dapat memberi kepuasan terhadap pelanggan, dibutuhkan beberapa factor pendukung diantaranya adalah kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan. CV. Optik Citra Kebun Bunga Palembang berdiri lebih dari 7 tahun

yang lalu, CV.Optik Citra Kebun Bunga Palembang didirikan sebagai usaha dengan mengandalkan pengalaman dan pendidikan pemilik mengenai produk optic dan aksesorisnya. Berikut ini data-data pengunjung yang disajikan dalam bentuk grafik:

Grafik 1.1

Data Jumlah Pengunjung



Sumber data: CV. Optik Citra Kebun Bunga, 2023

Dari grafik di atas puncak terjadi peningkatan konsumen 2023 dibulan Agustus, Tetapi di bulan September terjadi penurunan Konsuemen dikarenakan kurangnya penambahan variasi fream terbaru yang tersisa di toko hanya variasi fream model lama, sehingga membuat penurunan yang terjadi. Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan, Variasi Produk, Strategi Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Di Optik Citra Kebun Bunga Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah-masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan, variasi produk, dan strategi promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang?
3. Bagaimana pengaruh variasi produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang?
4. Bagaimana pengaruh strategi promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan, variasi produk, dan strategi promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variasi produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang.

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Optik Citra Kebun Bunga Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pihak-pihak lain. Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya masalah pelayanan, variasi produk, strategi promosi dan kepuasan konsumen.

2. Bagi CV. Optik Citra Kebun Bunga Palembang

Sebagai masukan bagi Perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap ekspektasi pelanggan mengenai CV. Optik Citra Kebun Bunga Palembang

3. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menambah perbendaharaan dan referensi perpustakaan Universitas Tridianti Palembang khususnya Jurusan Manajemen Pemasaran dan sebagai bahan masukan bagi peneliti sejenis untuk menyempurnakan penelitian berikutnya dan pengembangan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsan, Z., Lubis, N., & Widayanto, W. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Ina Swiss Optik Cabang Plaza Gajah Mada Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 173-186.
- Ahmad, S. F. E. (2019). *Penilaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Optik Xyz Menggunakan Metode Service Quality* (Doctoral Dissertation, Http://Unugha. Ac. Id).
- Ali, Hasan. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Alma.B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Anang Firmansyah. 2019. Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Arni Purwanti Dan Rahma Wahdiniwaty. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung. *Jimm Unikom*, 62-75.
- Barata, Atep Adya. 2003. Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Budi Darma. 2021. Statistika Penelitian Menggunakan SPSS. Jakarta: Guepedia.
- Chandra, T., & Novia, D. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Optik “Jakarta” Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 125-139.
- Corina, F., & Wesnita, A. (2023). Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pasien Bpjs Kesehatan Di Optik Kota Padang. *Ensiklopedia Of Journal*, 5(2), 34-39.
- Daryanto. (2014). Pendekatan Pembelajaran Sainifik Kurikulum 2013. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra, Pemasaran Jasa, Penerbit Banyumedia Publishing, Ikapi Jawa Timur 2016

- Fandy Tjiptono, Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode. Kuningan. Hidayatul Quran Kuningan
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Irianti, T., Kuswandi., Yasin, M.N., & Kusumaningtyas, A.R . (2016). Mengenal anti-tuberkulosis. Mengenal Anti-Tuberkulosis
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). Principles of Marketing Edisi 16 Global Edition .England: Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12.Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip (2006). Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kultsum, T. M., & Simarmata, M. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Voorfo Di Nunukan, Kalimantan Utara. *Jurnal Mata Optik*, 3(2), 1-14.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lim, Ricky (2019) Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Tri Sukses Mandiri. Skripsi thesis, Program Studi Manajemen.
- Marsono, M., & Yetri, M. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Optik Sinar Maju Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Assosiative Memory (FAM). *Jurnal Cyber Tech*, 4(3).
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.*
- Rahmi, R., Sufitrayati, S., Nelly, N., Zalikha, Z., & Riska, R. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warkop Opik. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(2), 852-863.
- Ramadhani, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Pada Outlet Star Optik Sentul-Bogor* (Doctoral Dissertation, Universitas Pamulang).

- Ridwansyah, Ardhi. 2017. *Instant Marketing For Busy People : Rangkuman Intisari Pemasaran*. Esensi. Jakarta.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Saladin, Djaslim. 2016. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition*. England: Pearson Education Limited
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati, A. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv. Adelia (Doctoral Dissertation, 021008 Universitas Tridinanti)*.
- Ulya, N. N., & SRI, R. T. A. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Optik Gajahmada Semarang (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis)*.
- Valiansyah, F. (2018). *Analisa Persepsi Harga, Produk & Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Di Optik A. Samik Tangerang (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta)*.
- Widiyati, T. Y., & Doringin, F. (2023). *Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Refraksionis Optisi Optik Nay Di Serang Banten. Jurnal Mata Optik, 4(1), 18-26.*
- Christian, R. P., & Mananeke, L. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Di Rsud Sam Ratulangi Tondano. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(2).*